

DAFTAR PUSTAKA

- Arnold, M. J. & Reynolds, K. E. (2003). *Hedonic shopping motivations*. Journal of Retailing, 77-95
- Bbc.com. *Bagaimana memalsukan kesenangan dalam belanja*. <https://www.bbc.com/indonesia/vert-cap-40897794>. Diakses pada 2 Oktober 2018 jam 20.10
- Belch, G.E., Belch, M.E. 2007. *Advertising and Promotion Integrated Marketing Communication Perspective*, New York : MC Graww Hill
- Cooper, D.R., dan Pamela, S.S. 2006. *Metode Riset Bisnis*, Volume 1. PT Media Global Edukasi. Jakarta
- Databoks.katadata.co.id. *Media Sosial yang Paling Sering Digunakan Masyarakat Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia> diakses pada tanggal 4 Agustus 2016 jam 20.10
- Digitalmarketer.id. *Mempromosikan Brand di Instagram : Cara Bisnis Anda Muncul di Halaman Explore*. <https://digitalmarketer.id/social-media/mempromosikan-brand-di-instagram-cara-bisnis-anda-muncul-di-tab-explore/>. diakses pada 2 Oktober 2018 jam 20.00
- Engel. J. F., R.D Blackwell. dan Miniard P.W.(2003). *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara
- Grewal.D dan Levy, M. 2014. *Marketing*, Fourth Edition, The McGraw-Hill, New York
- Gultejin.B dan Ozer.L. 2012. *The influence of hedonic motives and browsing on impulse buying*. Journal of Economic and Behavioral Studies. Vol. 4. pp 180-189
- Ghozali, I. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.; and Anderson. R. E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Japarianto, E dan Sugiharto , S. 2011. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion*

Involvement terhadap Impulse Buying Behaviour masyarakat High Income Surabaya.
Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol 6 (1). pp 32-41

Kaskus.co.id. *Mengenal Clothing dan Distro.*

<https://www.kaskus.co.id/thread/589d734dc0d77086018b4569/mengenal-clothing-dan-distro/> diakses pada tanggal 4 Agustus 2018 jam 20.20

Kotler, P.dan Keller K.L.2012. *Manajemen Pemasaran* edisi 12.Jakarta : Erlangga

Kotler P dan Armstrong 2015, "*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*" England : Pearson Education, Inc

Lifestyle.kompas.com. *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita.*<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>. diakses pada tanggal 21 September 2018 jam 20.00

Lifestyle.sindonews.com. *Ini Alasan Wanita Lebih Suka Belanja Dibanding Pria.*
<https://lifestyle.sindonews.com/read/1220638/166/ini-alasan-wanita-lebih-suka-belanja-dibanding-pria-1500016130>. diakses pada tanggal 21 September 2018 jam 20.10

Mebiso.com. *Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Online.*
<https://mebiso.com/10-cara-meningkatkan-kepercayaan-pelanggan-online/>. Diakses pada 2 Oktober 2018 jam 21.00

Mowen, J. C. dan Minor.M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5 Jilid 2.
Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.

Nagadeepa, C, J.Tamil. S dan Pushpa A. 2015.*Impact of sales promotion technique on consumers Impulse buying behavior toward apparel at Bangalore.* Asia journal of management science and education. Vol 4 (1)

Ozen, H dan Nil. E. 2017. *Shopping whithout thinking : being emotional or rational?*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic.Vol. 26. pp 76-93

Paden, N.2010. *Virtual Cart Abandonment: Addressing Hedonic and Utilitarian Shopping Motives.*ASBBS Annual Conference.Volume 17 Nomor 1. Las Vegas

Peter,O. 2005. *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. New York: Mc. Graw Hill

Purnomo, H dan Lilia P.R. 2018.*Analisis Hedonic Shopping Motives terhadap Impulse Buying toko Daring pada masyarakat Kota Kediri.* Jurnal Bisnis dan Manajemen.Vol 2. pp 68-88

Rumyeni, dan Arini.A.H .2014.*Pengaruh sales promotion terhadap perilaku pembelian secara impulse buying wanita bekerja pada Matahari Department Store Plaza Citra Pekanbaru*. Jurnal aplikasi bisnis.Vol 4 (2).

Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku konsumen*. Edisi kedua. Jakarta: PT Indeks Gramedia

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks

Sekaran, U.2003, *Research Methods For Business: A Skill Building Aproach*, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc

Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, U. 2009. *Research Methods for Business: Metodologi penelitian untuk bisnis*. Edisi 4.Buku 1.Jakarta : Salemba empat

Sekaran, U. (2011). *Research Methods for business* Edisi 1 and 2. Jakarta: Salemba Empat.

Sinuraya, D.L. dan Citra K.D. 2015.*Pengaruh Online Store Beliefs terhadap Impulse Buying pada toko online study pada Elevenia.co.id.e-proceeding of management*. Vol 2. pp 643

Student.cnnindonesia.com. *Mengenal Distro dan Clothing*.
<https://student.cnnindonesia.com/edukasi/20170403111055-445-204501/mengenal-distro-dan-clothing/> diakses pada tanggal 4 Agustus 2018 jam 21.00

Tekno.kompas.com. *Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia*.
<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia> diakses pada tanggal 4 Agustus 2018 jam 20.00

Tekno.kompas.com. *Anak Muda Tinggalkan Facebook dan Twitter. Kenapa?*.
<https://tekno.kompas.com/read/2016/02/15/20080017/Anak.Muda.TinggalkanFacebook.dan.Twitter.Kenapa>. diakses pada tanggal 4 Agustus 2018 jam 21.20

Tekno.kompas.com. *Fitur Baru Instagram Ancam Snapchat, Youtube, dan Ask.fm*
<https://tekno.kompas.com/read/2018/07/02/12090047/7-fitur-baru-instagram-ancam-snapchat-youtube-dan-ask.fm> diakses pada 5 Agustus 2016 jam 10.00

Tjiptono, F. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi Offset

Tribunnews.com. *Mayoritas Pengguna Aktif Instagram di Indonesia Adalah Anak*

Muda.<http://www.tribunnews.com/techno/2016/01/15/mayoritas-pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-adalah-anak-muda> diakses pada 5 Agustus 2018 jam 10.30

Verhagen, T., dan Dolen W.V. (2011). *The Influence Of Online Store Beliefs On Consumer Online Impulse Buying: A Model And Empirical Application*. Elsevier Information & Management Journal, 48 pp. 320-327.

Zurit, R.A, Maya.A.dan Sumrahadi. 2016. *Pengaruh hedonic shopping motivation terhadap Impulse Buying pada toko online (studi pada konsumen mataharimall.com)*. e-Proceeding of Management : vol 3. pp 2689

